

Deel 1 Uitgangspunten

1 Bedrijfsethiek en verantwoord ondernemen

- 1.1 De samenleving vraagt om verantwoordelijke ondernemingen
- 1.2 Het perspectief van de bedrijfsethiek
- 1.3 Ethiek en winst
- 1.4 Is de wet niet voldoende? 15
- 1.5 Maatschappelijk verantwoord ondernemen

2 Morele verantwoordelijkheid in organisaties

- 2.1 Omschrijving van morele verantwoordelijkheid
- 2.2 Factoren in de organisatie die morele verantwoordelijkheid beïnvloeden
- 2.3 Managen van verantwoordelijkheid
- 2.4 Morele verantwoordelijkheid van organisaties

3 Integriteit

- 3.1 Integriteit en vertrouwen
- 3.2 Integriteit als professionele verantwoordelijkheid
- 3.3 Managen van integriteit

4 Waarden en morele normen in de onderneming

- 4.1 Waarden, deugden en morele normen
- 4.2 Morele principes
- 4.3 Morele rechten
- 4.4 Rechtvaardigheid
- 4.5 Utilistische ethiek
- 4.6 Spanningen tussen morele principes
- 4.7 Morele dilemma's
- 4.8 Zorg
- 4.9 Zijn morele oordelen subjectief?

5 Maatschappelijke verantwoord ondernemen en strategie

- 5.1 Maatschappelijk verantwoord ondernemen of winstmaximalisatie?
- 5.2 Marktconforme strategieën voor maatschappelijk verantwoord ondernemen

6 De belanghebbenden van de onderneming

- 6.1 Economische en maatschappelijke belanghebbenden
- 6.2 Belanghebbenden en sturing
- 6.3 Dialoog en samenwerking tussen de onderneming en belanghebbenden

Deel 2 Toepassingen

7 Verantwoordelijkheid voor consumenten

- 7.1 Productverantwoordelijkheid
- 7.2 De consument die steeds dikker werd
- 7.3 Reclame en ethiek

8 Verantwoordelijkheid voor en van werknemers

- 8.1 Klassieke werknemersrechten
- 8.2 Verantwoordelijkheden van werkgevers en werknemers
- 8.3 Verantwoordelijkheid voor werknemers bij baanonzekerheid en ontslag

9 Verantwoordelijkheid voor natuur en milieu

- 9.1 Fasen in het natuurbeheer
- 9.2 Milieu en eigenbelang
- 9.3 Doelen van milieubeleid
- 9.4 De beperkte sturingskracht van de overheid en de markt
- 9.5 Zelfsturing van bedrijven
- 9.6 Een collectieve verantwoordelijkheid voor duurzaamheid

- 10 Omgaan met corruptie en geschenken
- 10.1 Corruptie: een wereldwijd probleem
- 10.2 Moreel onjuist en verboden
- 10.3 Omkoping, afpersing, smeergeld of een geschenk?
- 10.4 Wat kunnen bedrijven doen tegen corruptie?

- 11 Ethiek en internationaal zakendoen
- 11.1 Westerse bedrijven en ontwikkelingslanden
- 11.2 Zakendoen in andere culturen
- 11.3 Onderneming en mensenrechten
- 11.4 Een theoretisch kader voor internationale bedrijfsethiek

- 12 Beleggers en de behoefte aan openheid en transparantie
- 12.1 De groeiende belangstelling voor ethiek in de beleggingswereld
- 12.2 Verschillende beleggers – verschillende informatiebehoeften
- 12.3 De ontwikkeling van verantwoord beleggen

- 13 Ethiek organiseren
- 13.1 Strategieën gericht op verantwoord handelen door medewerkers
- 13.2 Gedragscodes
- 13.3 Maatschappelijke verantwoording

Bedrijfsethiek een goede zaak, R.J.M. Jeurissen